

Uma nova pirâmide

E as boas oportunidades para os lighting designers

Por Luis Lancelle

A partir do momento em que os cursos de pós-graduação em iluminação começaram a aparecer e terem ótima receptividade surgiu uma latente preocupação para os que, como eu, estão vinculados à docência nesse segmento: qual o destino dos novos colegas de profissão?

Há alguns anos, o foco fundamental dos lighting designers eram as grandes obras, sejam elas residenciais ou corporativas, ou se caracterizavam por estar destinados às classes de maior poder aquisitivo, como restaurantes sofisticados, lojas requintadas, residências de classe média alta, hotéis cinco estrelas, etc.

Porém, até que ponto esses nichos tradicionais de atuação podem absorver os novos formandos em iluminação e, assim, dar sentido à existência desses cursos?

Atualmente, duas novas variáveis começaram a se perfilar no horizonte de nossa profissão, e que podem significar novas oportunidades de atuação: a ampliação da capacidade de compra das classes de menor poder aquisitivo, que passam a adquirir bens de consumo não somente em maior quantidade como também de melhor qualidade, e o redescobrimto da iluminação natural como grande aliada nas lides da eficiência energética e da gestão ambiental.

Com a implantação do Plano Real e uma série de fatores favoráveis no mercado, iniciados na gestão FHC e aprofundados no governo Lula, muitos já ascenderam ao degrau imediatamente superior da pirâmide, com novos e mais sofisticados paradigmas de consumo, mescla explosiva que lhes torna um foco de atenção para a aquisição de serviços e produtos que valorizam seus novos modos de vida, como decoração, iluminação, etc.

Mas como chegar a esses consumidores? Esta é uma ação que nos impõe o desafio de entender e de conhecer seus padrões de comportamento. Num primeiro momento pode parecer que a nossa margem de lucro seja reduzida, porém vale lembrar

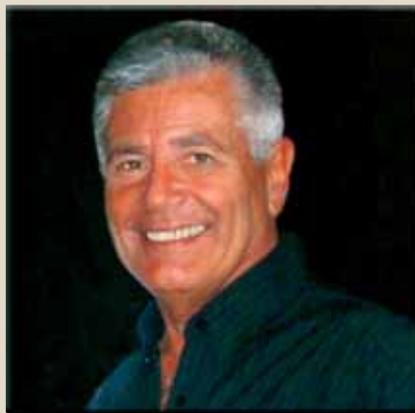


Foto: arquivo pessoal

que nos debruçamos durante dias a fio para fazer um projeto de uma residência de 500 metros quadrados, e que em apenas horas podemos equacionar um apartamento de 40. E que, provavelmente, nossa tarifa por metro quadrado seja maior. Claro que devemos captar 10 vezes mais clientes do que antes, e é muito provável que nossas preocupações em aparecer em colunas sociais e mostras de arquitetura e decoração não sejam eficientes.

Então devemos pensar em outras estratégias de apresentação, como participar dos lançamentos e dos “apartamentos decorados” de empreendimentos destinados a essas classes, em atuar nas escolas e colégios de seus filhos apresentando pequenas e simples palestras sobre os benefícios da boa iluminação, em participar das atividades comunitárias dos bairros em que essas classes moram. E uma vez conectados com esses potenciais clientes, pesquisar produtos e critérios de iluminação que atendam as suas expectativas culturais e a suas disponibilidades financeiras.

A outra grande fonte de oportunidades de atuação está atrelada aos novos conceitos de iluminação baseados na integração de luz natural e luz artificial. O desenvolvimento de uma parafernália de recursos e técnicas que começam a aparecer em nosso mercado e que se destinam à captação, transmissão e difusão da luz solar, extraído dela sua carga térmica, são a veia do futuro nas edificações. Em paralelo, as novas tecnologias de automação permitem tratar eficientemente o consumo energético disponibilizando iluminação artificial tão somente quando a iluminação natural já não atende a nossa tarefa visual.

Para o lighting designer se abre hoje, sem dúvida, um grande leque de oportunidades, sobretudo para aqueles que apostarem nesses caminhos e mais estiverem capacitados nesta área. ◀

Luis Lancelle

é engenheiro formado pela Universidade de Buenos Aires (UBA) e pela USP, mestre em Engenharia de Sistemas. É professor, consultor, designer de iluminação e especialista em softwares de iluminação.